

PLAN DZIAŁANIA KT 239 ds. Jubilerstwa

STRESZCZENIE

KT 239 ds. Jubilerstwa działający przy Polskim Komitecie Normalizacyjnym, zajmuje się zagadnieniami związanymi z wyrobami i półfabrykatami jubilerskimi wykonanymi z metali szlachetnych i ich stopów (platyna, pallad, złoto, srebro), kamieniami jubilerskimi oraz bursztyнем, urządzeniami, maszynami oraz ich oprzyrządowaniem a także narzędziami służącymi do obróbki tych wyrobów a także metodami badań, warunkami technicznymi odbioru, przechowywaniem i transportem. Przedmiotem zainteresowań tej grupy są również kryteria oceny jakości i jednoznacznej identyfikacji wyrobu. Odrębną grupę wyrobów należącą do zakresu działań KT 239 stanowią zegarki. Celem działalności KT 239 jest również współpraca z międzynarodowymi jednostkami normalizacyjnymi - CEN/TC 410 i ISO/TC 174 - a także, jako członek obserwator, z CEN/TC 262 oraz CEN/TC 347 - polegająca na współtworzeniu tematów prac prowadzonych poza granicami naszego kraju, braniu w nich czynnego udziału (np. sprawowanie funkcji eksperta lub poprzez wnoszenie uwag a następnie dążenie do implementacji zawartych w nich postanowień do Polskich Norm. Konsekwencją takiego działania jest również dążenie do tłumaczenia na język polski norm o tematyce szczególnie ważnej dla tej dziedziny gospodarki.

1 ŚRODOWISKO BIZNESOWE KT

1.1 Opis środowiska biznesowego

Na działalność gospodarczą objętą zakresem KT znaczący wpływ mają następujące uwarunkowania polityczne, gospodarcze, techniczne, prawne, społeczne i/lub aspekty regionalne/międzynarodowe.

Szacuje się liczbę przedsiębiorstw wytwarzających biżuterię oraz zajmujących się jej sprzedażą oraz sprzedażą zegarków w Polsce na około 2,8 tys. 2018r¹.

Widoczny jest jednak ujemny trend który odzwierciedla liczba firm nowopowstających - 390 oraz wycofujących się z branży - 525 w 2018 r. choć liczba firm wychodzących z rynku ma tendencję spadkową w 2015 r. było to - 806, w 2016 r. - 727 a w 2017 r. – 686¹.

¹ Źródło Bisnode Polska

PLAN DZIAŁANIA KT 239

DATA: 2019-09-03

Wersja: 3

Projekt nr 1

Strona 2

Rynek jubilerski w Polsce jest rozdrobniony. Około 50-60% rynku jubilerskiego to są bardzo małe i średnie firmy, rozsiane po całym kraju i z drugiej strony mamy trzech dużych graczy, którzy zajmują pozostałą część rynku: firmy W. Kruk SA (należąca do Vistula Group SA), Apart Sp. z o.o. oraz YES Biżuteria Sp. z o.o.

Rynek jubilerski można podzielić na trzy główne segmenty.

Pierwszy - biżuteria i zegarki bardzo ekskluzywnych marek takich jak Cartier, Piaget, Korloff, Fabergais czy Chopard. Zaledwie około 65% marek luksusowej biżuterii i zegarków jest dostępnych na polskim rynku. Zdecydowana większość z nich, blisko 55%, to marki szwajcarskie. Nieliczne, takie jak Swarovski, Dyrberg&Kern czy Mont Blanc, poza oficjalnym przedstawicielstwem mają także swoje monobrandowe sklepy firmowe. Blisko połowa marek posiada w Polsce oficjalnego reprezentanta m.in.: Bulova (Stan Watch Poland), Rolex (W. Kruk), Bvlgari (La Boutique Suisse), Maurice Lacroix.

Drugi segment to biżuteria markowa polska i zagraniczna, nie zawsze znanej marki.

I trzeci - wyroby małych zakładów jubilerskich i tanie wyroby importowane, które można kupić niemal wszędzie. Osobną częścią rynku jest biżuteria autorska - wyroby polskich projektantów, artystów plastyków, które można kupić w galeriach. Wykonują oni biżuterię na zamówienie, bądź też sprzedają bardzo krótkie serie wyrobów. Polscy producenci coraz częściej nawiązują współpracę z artystami plastykami. Polscy jubilerzy muszą się liczyć ze zwiększoną konkurencją ze strony producentów zagranicznych. Jest to efekt zachodzących procesów globalizacyjnych, wejścia Polski w obszar wspólnego rynku europejskiego, a także przystąpienia do Konwencji Wiedeńskiej oraz związanymi z tym ograniczonymi możliwościami stosowania instrumentów ochrony rynku. Odrębny fragment rynku stanowią bursztyny. O ile na rynku krajowym biżuteria srebrna jest dekorowana bursztynem więcej niż w połowie, w eksporcie bursztyn panuje prawie niepodzielnie. W krajach najbogatszych, szczególnie w UE i USA, wyroby z bursztynu i biżuteria nim dekorowana są uważane za polską specjalność. Polscy jubilerzy często korzystają z bursztynu wydobywanego poza Polską. Jest on dostarczany do Polski z Sambii i Wołynia. Ceny surowca są niższe od kosztów wydobycia w Polsce.

Polskie ogromne złoża są głęboko położone i wymagają znacznych inwestycji. Bursztynnicy sądzą, że ratunek leży w tworzeniu "polskiej marki bursztynu" z odmian nagromadzonych w delcie Wisły i na obszarze polodowcowym. To bursztyn odmienny od pochodzącego ze złóż pierwotnych (Sambia, Wołyń, u nas okolice Chłapowa i Lubartowa). Nagromadzenia wtórne mają odmiany naturalnie sklarowane (przejrzyste i prześwitujące, ich powierzchnia jest oszlifowana przez piasek.) Tzw. kopalne plaże w okolicach Gdańska są albo nielegalnie wyłukiwane po nocach, albo betonowane przy realizowaniu wielkich inwestycji. Na najlepszym bursztyńskim stanowisku stał nigdy Port

PLAN DZIAŁANIA KT 239

DATA: 2019-09-03

Wersja: 3

Projekt nr 1

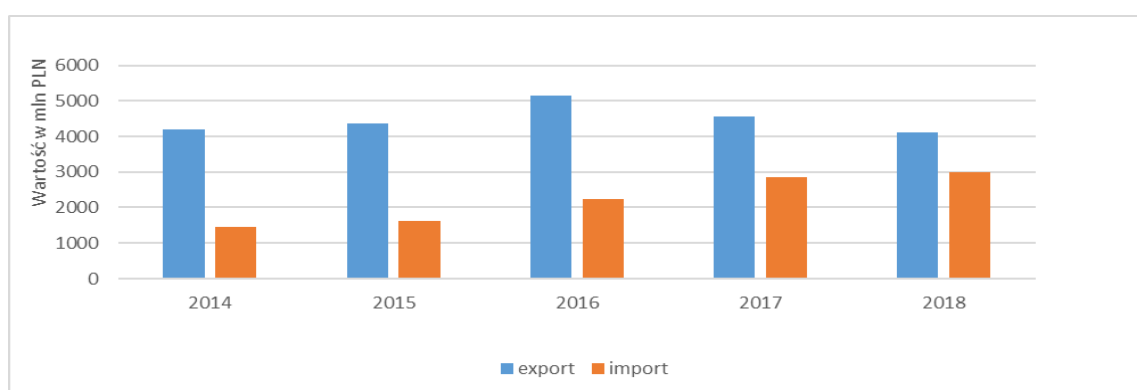
Strona 3

Północny, później Rafineria Gdańska, Makro Cash & Carry. Ani lokalne ani centralne władze nie dają się namówić na wydanie przepisów o obowiązku wyplukania bursztynu przed betonowaniem, tłumacząc, że nie stać ich na uzależnianie inwestycji od wydobycia bursztynu.

1.2 Wskaźniki ilościowe dotyczące środowiska biznesowego

Poniższe wskaźniki ilościowe opisują środowisko biznesowe, w celu wsparcia działań KT poprzez zapewnienie niezbędnych danych.

Rynek wyrobów branży jubilerskiej w Polsce jest trudny do oszacowania w pewnym przybliżeniu można oszacować jego wartość na około 3 mld PLN do 3,8 mld PLN.



Wykres 1 - Obroty ogółem według nomenklatury towarowej (perły naturalne lub hodowlane, kamienie szlachetne lub półszlachetne, metale szlachetne, metale platerowane metalem szlachetnym i artykuły z nich, sztuczna biżuteria, monety)²

Wartość produkcji sprzedanej według danych GUS w kategorii wyrobów jubilerskich, biżuterii i podobnych wyrobów w 2017r. to 592,7 mln PLN².

Analogicznie do wielu rynków dóbr luksusowych czynnikiem stymulującym wzrost jest fakt, że luksusowa biżuteria i zegarki są postrzegane jako inwestycja, a nie tylko zbędny czy wręcz ekstrawagancki wydatek. Dla zamożnych osób oraz gospodarstw domowych o wysokich dochodach luksusowa biżuteria to dobra materialne nabywane częściowo ze względu na potencjalny wzrost wartości, relatywne bezpieczeństwo takiej inwestycji oraz możliwość ochrony właściciela przed zewnętrzną presją finansową wynikającą z inflacji czy ryzyka walutowego.

Biżuteria stanowi większość rynku i stanowi 78%, zegarki to pozostałe 22%. Biżuteria i zegarki luksusowe stanowią 19% wartości całego rynku biżuterii i zegarków³.

² Źródło GUS

³ Źródło KPMG.pl

PLAN DZIAŁANIA KT 239

DATA: 2019-09-03

Wersja: 3

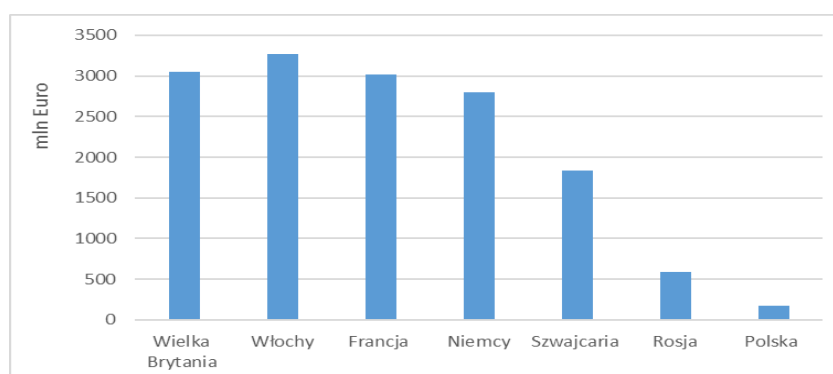
Projekt nr 1

Strona 4

Wartość sprzedanej produkcji luksusowej biżuterii i zegarków w Polsce w 2018 r. to około 723 mln PLN, można zaobserwować tutaj wzrost o około 10,2 % r/r³. Sytuacja na rynku luksusowych zegarków przedstawia się jeszcze lepiej - rynek ten rośnie w tempie 13% r/r³. Nabywcami są mężczyźni, którzy stanowią około 80%, w przypadku luksusowej biżuterii 67% wartości rynku przypada na kobiety³.

Polski rynek luksusowej biżuterii i zegarków charakteryzuje się dużą sezonowością, a ponad połowa sprzedaży to artykuły kupowane na prezent. Z tego względu najwyższą sprzedaż notuje się w okresie Bożego Narodzenia, Nowego Roku i Walentynek. Ponieważ w Polsce można nabyć jedynie dwie trzecie spośród wszystkich globalnych luksusowych marek w kategorii zegarków i biżuterii, a wielu zamożnych klientów ma zwyczaj kupowania artykułów luksusowych w czasie zagranicznych wakacji, miesiące letnie to w Polsce „martwy sezon” dla detalistów.

Luksusowa biżuteria i zegarki pozostaną jedną z kategorii wiodących na polskim rynku artykułów luksusowych. Koniunktura w branży oceniana jest różnie przez różnych wytwórców. Jako złą oceniają ją przede wszystkim właściciele sklepów i galerii oraz wytwórcy biżuterii przeznaczonej na rynek krajowy; jako dobrą zaś – eksporterzy, produkujący dłuższe serie wyrobów o pewnej wartości artystycznej oraz producenci galanterii złotniczej, przede wszystkim na eksport.



Wykres 2 – Wartość rynku luksusowej biżuterii i zegarków w wybranych krajach wartość łączna w mln EUR w 2018 (na podstawie KPMG.pl)³

Odrębny fragment rynku stanowią bursztyny.

Polska specjalizuje się w łączeniu bursztynu z metalami szlachetnymi. Szacuje się, że ponad 70% światowej biżuterii z bursztynu pochodzi z Polski. W przypadku produktów z najwyższej półki, z

³ Źródło KPMG.pl

PLAN DZIAŁANIA KT 239

DATA: 2019-09-03

Wersja: 3

Projekt nr 1

Strona 5

najlepszym bursztynem ocenia się, że na export trafia 90%. Szacuje się, że wartość produkcji w naszym kraju wynosi 200 mln. Euro, choć trudno jednoznacznie ocenić wartość rynku. W naszym kraju 95% producentów to małe firmy rodzinne. Polską stolicą bursztynu jest Gdańsk. Liczbę osób pracujących w branży ocenia się na około 10 tys. osób⁴.

2 OCZEKIWANE KORZYŚCI Z REALIZACJI PRAC KT

W wyniku prowadzonych w KT 239 prac oczekuje się:

- utrzymania rynku pracy w produkcji i handlu wyrobami jubilerskimi
- ukrócenia nieuczciwej konkurencji w zakresie produkcji (np. stosowanie żywic bursztynopodobnych lub tworzyw sztucznych zamiast bursztynu)
- zwiększenia zaufania odbiorców do jakości nabywanych wyrobów jubilerskich poprzez opracowywanie innowacyjnych metod kontroli
- poszerzenie zakresu badań dotyczących wpływu czynników chemicznych lub metali stosowanych w jubilerstwie na organizm człowieka

3 CZŁONKOSTWO W KT

Każdy podmiot krajowy zainteresowany daną tematyką ma prawo zgłosić chęć uczestnictwa w KT i po spełnieniu wymogów proceduralnych (procedura Z2-P3 w powiązaniu z Z2-P1) stać się członkiem KT. Każdy członek KT realizuje zadania KT poprzez swoich reprezentantów.

Aktualny skład KT jest podany na stronie www.pkn.pl w *Wykazie OT*.

4 CELE KT I STRATEGIA ICH REALIZACJI

4.1. Cele KT

Implementacja do PN, na bieżąco, wszystkich nowo opublikowanych Norm Europejskich i Międzynarodowych będących w kompetencji KT 239.

Opracowywanie norm własnych będących świadectwem wysokiego poziomu wiedzy specjalistów krajowych.

⁴ Źródło biznes.newseria.pl

PLAN DZIAŁANIA KT 239

DATA: 2019-09-03

Wersja: 3

Projekt nr 1

Strona 6

4.2. Strategia ustalona do osiągnięcia celów KT

Udział w opracowywaniu Norm Europejskich i Międzynarodowych poprzez wyrażanie opinii lub proponowanie rozwiązań przydatnych w produkcji krajowej.

Opracowywanie polskiej wersji językowej Norm Europejskich o szczególnej wadze (np. w dziedzinie ochrony środowiska i bogactwa narodowego).

Pozyskiwanie środków na opracowywanie polskich wersji językowych Norm Europejskich.

4.3. Aspekty środowiskowe

Tematyka działalności KT 239 przyczynia się do ochrony środowiska poprzez zwracanie uwagi społeczeństwa na niszczącą działalność pozyskiwania surowców przez osoby i instytucje niepowołane a także na skutek zbyt intensywnego rozwoju gospodarczego w rejonach kraju bogatych w złoża np. bursztynu.

5 CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA REALIZACJĘ PROGRAMU PRAC KT I WPROWADZANIE NOWYCH TN DO PROGRAMU PRAC

Każdy zainteresowany ma możliwość zgłaszania tematów normalizacyjnych (TN) wypełniając Karty nowego tematu (KNT) lub Karty propozycji tematu normalizacyjnego (KPT).

Każdy zgłoszony TN jest wprowadzany do programu KT. KT decyduje o kontynuacji lub zaniechaniu tematu normalizacyjnego.

W programie prac prezentowane są wszystkie TN będące aktualnie w opracowaniu.

Program prac KT znajduje się na stronie www.pkn.pl, w *Wykazie OT*, po wybraniu numeru właściwego KT.

Drugi element numeru tematu normalizacyjnego wskazuje numer Podkomitetu Technicznego opracowującego temat, np. numer tematu normalizacyjnego XXX.1.XXXX oznacza wykonywanie w KT XXX PK 1 (Podkomitecie Technicznym nr 1 Komitetu Technicznego XXX). Jeżeli drugi element przyjmuje wartość zero oznacza to, że TN jest opracowywany w KT.

PLAN DZIAŁANIA KT 239

DATA: 2019-09-03

Wersja: 3

Projekt nr 1

Strona 7

Czynnikami, które utrudniają efektywną realizację Programu Prac KT są:

- brak zgody środowiska biznesowego na przyjęcie projektu danej normy bez wprowadzenia odpowiednich zmian w treści
- brak środków finansowych na opracowanie danej PN (np. w przypadku ograniczeń budżetowych) lub konieczność poszukiwania wykonawcy danej normy/innego dokumentu normalizacyjnego.

6 WYKAZ PROPOZYCJI TEMATÓW NORMALIZACYJNYCH, DLA KTÓRYCH KT PRZEVIDUJE POZYSKANIE ZAMAWIAJĄCYCH W RAMACH PRAC NA ZAMÓWIENIE

Z uwagi na specyfikę środowiska, reprezentowanego przez KT, obecnie nie przewiduje się rozpoczęcia prac na zamówienie.